

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SUPLEMEN KESEHATAN K-OMEGA SQUA
(Studi Kasus pada Stokis PT K-LINK Nusantara
Cabang Plaju Palembang)**

Penulis:

Heri Setiawan, Yusleli Herawati, Santi Asmarani
Dosen Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya
e-mail: setyawanheri@yahoo.com

ABSTRACT

The aim of this research is to know the influence of price and the quality of product on customer's buying decision of health supplement K-Omega Squa. The data were collected from questionnaires to 98 customers, and interviews with buyer of PT K-Link Nusantara Plaju branch Palembang. Data were analyzed by Statistical Product and Service Solution with linier regression formula, correlation and determination coefficient. Independent variables in this research are price and quality of product, and dependent variable is buying decision. The result showed that determination coefficient (R Square) was 87,2 % affected by price and the quality of product then 12,8% were affected by other variables. The result shows that simultaneously price and quality of product have significant effect on customer's buying decision. The result shows that partially price have significant effect on buying decision. quality of product have significant effect on buying decision.

Keywords: *Price, Quality of Product, Buying Decision*

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan sesuatu yang sangat berharga dalam kehidupan, karena kesehatan merupakan modal utama dalam melakukan segala aktivitas. Tanpa adanya kesehatan, manusia tidak akan mampu melakukan aktivitas sehari-hari dengan baik dan lancar. Tidak dapat dipungkiri, memiliki tubuh yang sehat merupakan impian dan dambaan bagi semua orang, sehingga tak jarang kita sebagai manusia berusaha menjalankan gaya hidup sehat. Namun, seiring dengan semakin pesatnya perkembangan zaman saat ini, membuat manusia semakin mudah dalam melakukan aktivitas sehari-hari, sehingga manusia menjadi malas, yang pada akhirnya akan menghambat manusia untuk dapat memiliki tubuh yang sehat. Hambatan itu datang dari berbagai sisi seperti, gaya hidup yang serba mudah, menggunakan pendingin ruangan *air conditionair* (AC), menggunakan kendaraan setiap berpergian dan mengkonsumsi makanan atau minuman serba instan. Kondisi itu pun di perparah dengan tidak teraturnya pola makan dan tercemarnya lingkungan tempat tinggal kita. Dari semua hal tersebut

mengakibatkan masuknya toksin (racun) kedalam tubuh, apabila tidak segera dibersihkan, toksin (racun) akan menumpuk dan mengkontaminasikan seluruh sel darah manusia akibatnya, tubuh mudah terserang penyakit dan rusaknya fungsi organ dalam tubuh. Melihat kondisi di atas, manusia di tuntut untuk lebih pintar dalam menjaga kesehatan. Beragam cara yang dapat dilakukan oleh manusia untuk menjaga kesehatan yaitu dengan membiasakan diri berolah raga teratur, menghindari mengkonsumsi makanan dan minuman instan, menjaga pola makan, memberikan hak untuk tubuh beristirahat setelah beraktivitas dan melakukan hal lain yang bermanfaat untuk kesehatan. Bagi sebagian orang, cara tersebut dirasa sulit dijalani karena dalam melakukannya membutuhkan waktu yang lebih lama dan menguras tenaga yang cukup banyak, sehingga pada akhirnya membuat manusia mencari cara lain yang lebih praktis dalam menjaga kesehatan yaitu dengan mengkonsumsi suplemen kesehatan.

Adanya kebutuhan masyarakat akan suplemen kesehatan, membuat perusahaan berlomba-lomba untuk menawarkan produk suplemen kesehatan. Hal ini tentunya akan membuat persaingan yang sangat ketat bagi perusahaan, sehingga perusahaan dituntut mampu menawarkan produk yang berkualitas dengan keunggulan yang lebih dari produk pesaing. Adanya persaingan antar perusahaan tersebut, secara tidak langsung membuat konsumen dihadapkan pada berbagai macam pilihan suplemen kesehatan dengan penawaran yang berbeda-beda. Dalam hal ini, kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Kualitas produk ditentukan dari fungsi, manfaat dan mutu bahan baku yang di gunakan, sehingga dengan adanya kualitas produk yang baik dan terpercaya akan membuat konsumen selalu memilih dan setia pada produk tersebut.

PT K-Link Nusantara adalah perusahaan *Multilevel Marketing Syari'ah* yang bergerak di bidang pemasaran produk yang dilakukan dengan sistem *Multilevel Marketing* yang sering disebut sebagai *Network Marketing* (pemasaran dengan sistem jaringan). PT K-Link Nusantara berkomitmen menyediakan produk-produk kesehatan yang berkualitas dan bermutu tinggi. Produk yang di tawarkan pun bermacam-macam seperti, suplemen kesehatan, minuman kesehatan, produk-produk UIE (*Universe Induce Energy*), produk perawatan kecantikan, produk perawatan kesehatan, dan berbagai produk handal lainnya. PT K-Link Nusantara berusaha menawarkan produk dengan kualitas dan mutu terbaik di bandingkan dengan pesaingnya, salah satu produk yang di tawarkan ialah K-Omega Squa. K-Omega Squa adalah suplemen kesehatan berupa minyak ikan yang berasal dari ikan Salmon Norwegia dan hati ikan hiu Aizame Jepang. Memiliki kandungan Omega 3 yang paling tinggi dengan komposisi EPA dan DHA yang seimbang, serta Squalene yang mampu meningkatkan kadar oksigen dalam sel dan Vitamin E yang baik untuk menjaga kesehatan kulit. Adapun komposisi dari K-Omega Squa dapat di lihat pada tabel berikut:

Komposisi K-Omega Squa		
Nama	Ukuran	Komposisi
K-Omega Squa	30 <i>Softgel</i>	Setiap <i>softgel</i> @ 1000 mg mengandung: – Omega 3 800 mg EPA : 30% DHA: 20% – Squalene 150 mg – Lecithin (Soy Lecithin) 50 mg – Vitamin E 3 iu

Sumber: PT K-Link Nusantara, 2014

K-Omega Squa mampu menurunkan kadar kolesterol, hipertensi, stroke, mencegah terjadinya osteoporosis dan penyakit jantung koroner, membantu mengatasi penyakit kulit, peradangan yang di sebabkan oleh virus dan bakteri serta penderita reumatik dan asma, meningkatkan daya ingat dan baik bagi ibu hamil, karena membantu pertumbuhan otak dan mata janin. Kelebihan K-Omega Squa dari minyak ikan lain ialah, K-Omega Squa bekerja lebih cepat menghancurkan kolesterol dan toksin dalam pembuluh darah, selain itu kolesterol yang di hancurkan tersebut dikeluarkan dari dalam tubuh melalui keringat, kotoran, air seni dan pembuangan lainnya, berbeda dengan produk minyak ikan lainnya yang dalam penghancuran kolesterolnya membutuhkan waktu lebih lama dan kolesterol yang di hancurkan pun tidak di keluarkan sehingga kolesterol dan toksin yang berada dalam tubuh masih tetap ada. Atas dasar kelebihan inilah, membuat K-Omega Squa memiliki kelebihan di bandingkan dengan minyak ikan lainnya. Selain kualitas yang ditawarkan, harga dari suatu produk juga sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian. Penetapan harga produk yang tepat tentunya akan berpengaruh besar dan mendapatkan perhatian yang lebih dari konsumen, jika harga yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan mutu bahan baku, kualitas dan daya beli konsumen, tentunya pilihan konsumen akan jatuh pada produk tersebut. Adapun harga dari produk K-Omega Squa yaitu:

Tabel Harga Produk K-Omega Squa			
Nama	Ukuran	Wilayah A	Wilayah B
K-Omega Squa	30 <i>Softgel</i>	Rp. 187.000,00	Rp. 199.000,00

Sumber: PT K-Link Nusantara, 2014

Berdasarkan tabel diatas, diketahui harga K-Omega Squa dari wilayah A yang terdiri dari Banda Aceh, Medan, Padang, Batam, Pekanbaru, Palembang, Bengkulu, Bandar Lampung, Pulau Jawa, Denpasar, Pontianak, Palu, Banjarmasin, Balikpapan, Bontang, Samarinda, Makasar, Mataram, Manado dan Lhokseumawe sebesar Rp. 187.000,00 sedangkan harga K-Omega Squa di luar

wilayah tersebut sebesar Rp. 199.000,00. Tentunya harga yang ditetapkan PT K-Link Nusantara terhadap K-Omega Squa sangat berpengaruh terhadap pertimbangan pengambilan keputusan pembelian suplemen K-Omega Squa oleh konsumen. Oleh sebab itu, penetapan harga harus sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan.

Bahan dan Metode

Jenis data yang digunakan terbagi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini ialah data dari hasil kuesioner dan wawancara pada pihak Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang yang membeli K-Omega Squa. Data sekunder yang penulis gunakan pada penulisan laporan akhir ini yaitu data yang penulis dapatkan langsung dari perusahaan seperti, profil perusahaan, visi dan misi, data produk, target dan realisasi penjualan K-Omega Squa, jumlah konsumen dan data-data lain. Pada penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju, tidak setuju, kurang setuju dan sebagainya. Skala pengukuran dengan menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan (Sugiyono, 2013:133).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh distributor yang membeli suplemen kesehatan K-Omega Squa pada Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang tahun 2013 sebanyak 2.178 orang. Adapun yang menjadi sampel adalah distributor yang membeli suplemen kesehatan K-Omega Squa pada Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang tahun 2013 sejumlah 95,61 menjadi 96 Responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis kuantitatif dengan tahapan yaitu: uji validitas, Uji reliabilitas, uji hipotesa dan regresi berganda. Uji validitas dilakukan dengan cara menilai r_{tabel} dimana r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} . Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka data tersebut dapat dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat keandalan data yang diperoleh untuk diteliti. Uji reliabilitas dapat menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, dimana suatu instrument penelitian dikatakan reliabel (handal) jika jawaban seseorang responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan atau $\alpha > 0,60$ dan nilai *Cronbach Alpha* positif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen telah dilakukan pada data kuesioner yang disebarkan kepada distributor yang membeli dan menggunakan suplemen kesehatan K-Omega Squa pada Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang. Instrumen ini terdiri dari 16 butir pernyataan, jawaban terendah diberi skor 1 (satu) dan jawaban tertinggi diberi skor 5 (lima). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang telah disebarkan dapat diikuti pada analisis berikutnya. Uji validitas adalah sebuah pengukuran

terhadap data yang diolah, ini menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Untuk mengukur data penelitian, penulis menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada distributor yang membeli dan menggunakan suplemen kesehatan K-Omega Squa pada Stokist PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang.

Tabel Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga (X_1)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Harga K-Omega Squa sesuai dengan daya beli anda.	0,834	0,198	Valid
2.	Harga K-Omega Squa mampu bersaing dengan harga minyak ikan lainnya.	0,902	0,198	Valid
3.	Potongan harga yang diberikan kepada distributor mempengaruhi anda membeli K-Omega Squa.	0,847	0,198	Valid
4.	Harga K-Omega Squa sesuai dengan kualitas produk.	0,715	0,198	Valid
5.	Harga K-Omega Squa sesuai dengan manfaat yang didapatkan.	0,577	0,198	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1) yang terdiri dari 5 butir pernyataan dapat dikatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , ($r_{hitung} > 0,198$), sehingga kuesioner yang digunakan dapat diikuti pada analisis selanjutnya.

Tabel Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	K-Omega Squa bekerja cepat dalam mengatasi masalah kesehatan anda.	0,322	0,198	Valid
2.	K-Omega Squa memiliki <i>features</i> produk yang beraneka ragam.	0,837	0,198	Valid
3.	Komposisi K-Omega Squa dari bahan-bahan yang aman dan memenuhi standar kualitas produk.	0,605	0,198	Valid
4.	K-Omega Squa memiliki masa kadaluarsa yang cukup lama.	0,795	0,198	Valid
5.	<i>Design</i> kemasan K-Omega Squa menarik dan sesuai dengan keinginan anda.	0,730	0,198	Valid
6.	K-Omega Squa telah banyak digunakan dan dipercaya masyarakat.	0,541	0,198	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_2) yang terdiri dari 6 butir pernyataan dapat dikatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , ($r_{hitung} > 0,198$), sehingga kuesioner yang digunakan dapat diikuti pada analisis selanjutnya.

Tabel Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Anda membeli K-Omega Squa untuk mengatasi masalah kesehatan anda.	0,746	0,198	Valid
2.	Anda membeli K-Omega Squa setelah mencari informasi dari keluarga, teman dan media masa.	0,771	0,198	Valid
3.	Anda membeli K-Omega Squa setelah melakukan evaluasi alternatif terhadap produk merek lain.	0,779	0,198	Valid
4.	Anda membeli K-Omega Squa karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anda.	0,642	0,198	Valid
5.	Anda puas membeli K-Omega Squa dan akan membelinya kembali.	0,615	0,198	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa variabel Pengambilan Keputusan Pembelian Suplemen Kesehatan K-Omega Squa (Y) yang terdiri dari 5 butir pernyataan dapat dikatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , ($r_{hitung} > 0,198$), sehingga kuesioner yang digunakan dapat diikuti pada analisis selanjutnya.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat keandalan data yang diperoleh untuk diteliti. Uji reliabilitas dapat menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, dimana suatu instrument penelitian dikatakan reliabel (handal) jika jawaban seseorang responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan atau $\alpha > 0,60$ dan nilai *Cronbach Alpha* positif. Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji kepada distributor yang menggunakan suplemen kesehatan K-Omega Squa dengan tingkat signifikansi 5 persen dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($98-2=96$) maka didapat nilai Standar Alpha sebesar 0,60, untuk melakukan uji reliabilitas dipergunakan perbandingan antara nilai *Cronbach Alpha* dengan nilai standar alpha. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai standar alpha yaitu 0,60, maka semua variabel dinyatakan reliabel

atau handal, nilai *Cronbach Alpha* sendiri dapat dicari dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.0 for windows dengan rumus untuk menghitung reliabilitas yaitu *Cronbach Alpha*. Berikut ini tampilan hasil dari perhitungan reliabilitas yang merupakan hasil dari pengujian reliabilitas terhadap masing-masing variabel.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga dan Kualitas Produk

Variabel	Jumlah Pernyataan	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Alpha	Keterangan
Harga (X_1)	5	0,837	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	6	0,731	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0,757	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2014)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari semua variabel yaitu harga, kualitas produk dan keputusan pembelian memiliki nilai yang lebih besar dari nilai standar alpha yaitu $> 0,60$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari semua variabel dapat dinyatakan handal dan reliabel.

Analisis regresi berganda bertujuan untuk menguji hubungan pengaruh antara variabel bebas yaitu harga dan kualitas produk dan variabel terikat yaitu pengambilan keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa. Untuk melihat pengaruh antara variabel tersebut, dilakukan uji regresi berganda yang dapat dilihat dari angka *RSquare* pada tabel 7 yang merupakan hasil keluran (*output*) program SPSS for windows dibawah ini:

Tabel Hasil Analisis Regresi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,934 ^a	,872	,869	,717

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Penjelasan:

R : 0,934

R Square (R^2) : 0,872

Adjusted R Square : 0,869

Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda diatas, terdapat pengaruh yang sangat kuat dan positif (searah) antara variabel bebas dengan variabel terikat, hal ini dapat dilihat dari nilai R yang merupakan nilai korelasi berganda sebesar 0,934, yang berarti bahwa hubungan antara variabel harga dan kualitas produk

terhadap keputusan pembelian konsumen sangat kuat. Nilai *R square* (R^2) atau koefisien determinasi pada hasil SPSS diatas adalah 0,872 atau 87,2 persen, hal ini berarti persentase sumbangan pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen sebesar 87,2 persen, sedangkan sisanya sebesar 12,8 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam laporan akhir ini. Nilai *Standard error of estimate* (SEE) merupakan ukuran kesalahan prediksi yang pada output SPSS tersebut adalah 0,717, semakin kecil nilai SEE maka akan membuat model ini tepat untuk diprediksi, artinya kesalahan yang dapat terjadi dalam memprediksi keputusan pembelian sebesar 0,717.

Uji simultan (uji F) bertujuan untuk mengetahui variabel bebas (harga dan kualitas produk) berpengaruh terhadap variabel terkait (keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa) secara bersama-sama. Hasil uji simultan (uji F) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini:

Tabel Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	332,522	2	166,261	323,502	,000 ^a
	Residual	48,824	95	,514		
	Total	381,347	97			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Olahan Data Primer, 2014

Untuk mengetahui uji F dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau dengan memandangkan nilai signifikansi penelitian dengan alpha (0,05), yaitu $sig. < 0,05$. Cara pertama, dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , apabila hasil F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} , maka terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan analisis yang dilakukan, didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 323,502. Menghitung nilai F_{tabel} dapat dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut, taraf signifikan 0,05 dan derajat kebebasan (dk pembilang) dengan ketentuandf 1= jumlah variabel – 1 yaitu df 1=3 – 1 = 2 dan df 2 = n-k-1 dengan keterangan (n adalah jumlah data/responden dan k adalah jumlah variabel independen) berarti df 2= 98-2-1 = 95. Berdasarkan ketentuan tersebut didapatkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Maka diketahui bahwa F_{hitung} adalah 323,502 dan F_{tabel} adalah 3,09. Artinya terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa. Cara kedua, dengan membandingkan besarnya taraf signifikansi (sig) Berdasarkan pengolahan SPSS, diperoleh angka signifikansi sebesar 0,000 sehingga $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa pada stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang.

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh variabel harga dan kualitas produk secara individu (parsial) terhadap pengambilan keputusan pembelian. Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji terhadap distributor yang membeli suplemen kesehatan K-Omega Squa dengan tingkat signifikansi $0,05/2=0,025$ dan derajat kebebasan $df= n-k-1$ atau $df=98-2-1=95$, maka dapat dilihat dari t_{tabel} sebesar 1,98525 untuk melakukan Uji t dipergunakan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{\text{hitung}} > 1,98525$) maka disimpulkan ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hasil pengujian Uji t pada *output SPSS for windows* sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji t (Uji Secara Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,097	,929		2,257	,026
	X1	,783	,034	,886	22,895	,000
	X2	,102	,031	,127	3,269	,002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olahan Data Primer, 2014

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan dengan dua cara. Cara pertama adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Berdasarkan tabel 9, nilai t_{hitung} adalah 22,895 lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 1,98525. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa pada Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang. Cara kedua adalah dengan membandingkan angka taraf signifikansi (*sig*) penelitian dengan standar signifikan sebesar 0,05. Jika signifikan penelitian $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga dengan keputusan pembelian. Berdasarkan perhitungan melalui *SPSS for windows* nilai signifikannya adalah 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga dengan keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian tersebut, didapatkan bahwa harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli suplemen kesehatan K-Omega Squa. Hal ini dikarenakan penetapan strategi harga oleh pihak Stokis PT K-Link Nusantara cabang Plaju Palembang telah baik, sehingga walaupun harga mengalami peningkatan tetapi penjualan produk tersebut tetap naik karena semakin harga mengalami kenaikan, maka penjualan pun juga akan mengalami kenaikan. Hal ini terbukti dengan adanya kenaikan harga produk K-Omega Squa tersebut, dari tahun 2010–2014, harga K-Omega Squa sudah tiga kali mengalami kenaikan yaitu dari Rp. 134.000 menjadi Rp 140.000 dan sekarang menjadi Rp 187.000. Baiknya penetapan strategi harga yang dilakukan oleh pihak Stokis PT K-Link Nusantara cabang Plaju Palembang, dapat dilihat

dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada 98 responden, dari hasil tersebut didapatkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa harga yang ditetapkan bersaing dan sesuai daya beli masyarakat, penetapan harga sesuai dengan kualitas dan manfaat yang di dapatkan konsumen, serta pihak Stokis PT K-Link Nusantara cabang Plaju Palembang juga pemberian potongan harga pada para distributornya.

Dalam menjalankan usahanya, PT K-Link Nusantara selalu berusaha menyesuaikan harga produknya dengan perubahan situasi lingkungan supaya para konsumen selalu membeli dan setia memilih produk tersebut. Strategi penyesuaian harga juga dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008:6), adapun beberapa strategi penyesuaian harga tersebut ialah, penetapan harga diskon dan potongan harga, penetapan harga psikologis, penetapan harga promosi, penetapan harga geografis. Strategi penyesuaian harga yang dilakukan PT K-Link Nusantara, sesuai dengan strategi penyesuaian harga yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong diatas, sehingga dapat dikatakan bahwa strategi harga yang ditetapkan oleh PT K-Link Nusantara sudah sangat baik dan efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Bentuk dari penyesuaian harga produk yang dilakukan PT K-Link Nusantara berdasarkan penetapan harga diskon maupun potongan harga yaitu PT K-Link Nusantara memberikan diskon dan potongan harga kepada para konsumen produknya. Diskon atau potongan yang diberikan kepada para distributornya yaitu merupakan diskon dalam bentuk fungsional karena PT K-Link Nusantara merupakan perusahaan penjualan langsung dengan sistem jaringan, sehingga setiap distributor PT K-Link Nusantara, diberikan potongan harga kurang lebih sebesar 20 persen dari harga jual untuk setiap produknya. Kepada distributor K-Link yang membeli produk dalam jumlah banyak akan diberikan potongan harga ataupun bonus produk. Dikarenakan PT K-Link Nusantara merupakan perusahaan yang menjual produk-produk kesehatan, membuat PT K-Link Nusantara sering menjual produknya dalam bentuk paket-paket produk, contohnya untuk mengatasi keluhan jantung koroner maka paket produk yang di gunakan adalah paket jantung. Dalam setiap penetapan paket produk tersebut PT K-Link Nusantara memberikan potong harga ataupun bonus produk, sehingga dengan adanya penetapan paket tersebut konsumen dapat membeli produk dengan harga yang lebih terjangkau.

Seringkali konsumen memandang produk dengan harga yang lebih tinggi memiliki kualitas yang lebih tinggi, hal ini juga yang dilakukan oleh PT K-Link Nusantara dalam menetapkan harga psikologis. PT K-Link Nusantara menetapkan harga yang lebih tinggi dari produk minyak ikan sejenis lainnya dengan kualitas dan manfaat yang lebih baik pula. Dengan penetapan harga tersebut, para konsumen akan lebih yakin dan percaya bahwa minyak ikan K-Omega Squa lebih baik dari minyak ikan yang dijual di pasaran, tetapi walaupun penetapan harga K-Omega Squa lebih tinggi dari harga produk sejenis lainnya, harga yang di tetapkan tersebut tetap terjangkau dan sesuai dengan daya beli masyarakat. PT K-Link Nusantara juga memberikan penetapan harga promosi pada para distributornya. PT K-Link Nusantara memberikan potongan rabat tunai kepada para distributornya, selain itu dalam *launching* produk baru biasanya PT K-Link Nusantara memberikan harga promosi untuk meningkatkan penjualan dari produk tersebut. PT K-Link Nusantara juga melakukan promosi pada musim-musim

tertentu, seperti pada bulan ramadhan, *universary* PT K-Link Nusantara, pergantian tahun, maupun moment-moment besar lainnya PT K-Link Nusantara biasanya menerapkan harga promosi dan potongan harga untuk produk-produk khusus. Bentuk penetapan harga geografis yang dilakukan oleh PT K-Link Nusantara ialah pihak PT K-Link Nusantara menerapkan harga produk berdasarkan zona. PT K-Link Nusantara membagi Indonesia kedalam 2 (dua) wilayah, yaitu Wilayah A yang terdiri dari Banda Aceh, Medan, Padang, Batam, Pekanbaru, Palembang, Bengkulu, Bandar Lampung, Pulau Jawa, Denpasar, Pontianak, Palu, Banjarmasin, Balikpapan, Bontang, Samarinda, Makassar, Mataram, Manado dan Lhokseumawe sebesar Rp. 187.000,00 sedangkan harga di luar wilayah tersebut atau disebut dengan Wilayah A diberlakukan harga sebesar Rp. 199.000,00. Alasan diberlakukannya penetapan harga geografis oleh pihak PT K-Link Nusantara ialah karena berbedanya biaya transportasi dan biaya-biaya lain yang mengakibatkan harga produk K-Omega Squa di wilayah tersebut harus lebih tinggi dibandingkan wilayah lainnya. Strategi penetapan harga yang dilakukan oleh pihak PT K-Link Nusantara sudah sangat baik dan harus terus dipertahankan, karena walaupun harga K-Omega Squa mengalami kenaikan tetapi penjualan produknya tetap mengalami peningkatan. Penetapan strategi harga yang tepat, membuat variabel harga menjadi salah satu variabel yang berpengaruh dalam menciptakan keputusan pembelian konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Rohmawati (2012), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga hasil laporan akhir ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2008:272), yang mengatakan bahwa harga memegang peranan kunci dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik strategi harga yang ditetapkan perusahaan maka semakin tinggi keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut.

Untuk melihat pengaruh antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian dapat dilihat melalui dua cara. Berdasarkan tabel 4.8 diatas, nilai t_{hitung} adalah 3,269 lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 1,98525. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa pada Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang. Cara kedua adalah dengan membandingkan angka taraf signifikansi (*sig*) penelitian dengan standar signifikan sebesar 0,05. Jika signifikan penelitian < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga dengan keputusan pembelian. Berdasarkan perhitungan melalui SPSS *for windows* nilai signifikannya adalah 0,002, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga dengan keputusan pembelian. Variabel kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suplemen kesehatan K-Omega Squa oleh sebab itu pihak PT K-Link Nusantara harus menjaga dan mempertahankan kualitas produknya dengan cara meningkatkan kehandalan dan kemampuan suplemen K-Omega Squa dalam mengatasi masalah kesehatan jantung dan otak, selain itu PT K-Link Nusantara harus tetap mempertahankan dan memilih bahan baku yang berkualitas untuk produk tersebut. PT K-Link Nusantara juga membuat atau menambah fitur produk

baru, membuat design produk yang lebih menarik dan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan citra merek terhadap produk tersebut.

Kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, untuk itu perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas. Untuk dapat menciptakan produk yang berkualitas, bisa dilakukan dengan cara memenuhi dimensi kualitas produk. Sesuai dengan pendapat Sviokla dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2011:176), terdapat delapan dimensi kualitas produk yaitu, Kinerja (*Performance*), Keragaman produk (*Features*), Keandalan (*Reliability*), Kesesuaian (*Conformance*), Ketahanan atau Daya tahan (*Durability*), Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*), Estetika (*Aesthetics*) dan Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*). Dengan meningkatkan kualitas produk melalui dimensi kualitas produk tersebut, akan membuat kualitas dari produk K-Omega Squa tidak diragukan lagi, sehingga konsumen akan tertarik membeli produk tersebut. Saat ini PT K-Link Nusantara telah menjalankan dimensi-dimensi kualitas produk yang dikemukakan oleh Sviokla tersebut. PT K-Link Nusantara membuat produk K-Omega Squa dari bahan-bahan pilihan yang berkualitas. Produk K-Omega Squa terbuat dari minyak hati ikan hiu putih yang memiliki kadar oksigen yang tinggi dan produk K-Omega Squa juga memilih ikan salmon norwegia yang merupakan ikan yang memiliki kandungan yang kaya akan Omega 3 EPA dan DHA, serta memiliki kandungan lecithin dan vitamin E. Kualitas yang dimiliki oleh K-Omega Squa ini juga telah dibuktikan dari terpenuhinya standar-standar kesehatan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan, mendapatkan sertifikat halal memperoleh sertifikat *Best Brand International Award* dengan pabrik yang telah berstandar ISO 9002 untuk *Good Manufacturing practices*. Dengan penghargaan yang telah didapatkan dan bahan baku produk yang terbuat dari bahan berkualitas membuat K-Omega Squa mampu bekerja cepat didalam tubuh dalam hal menghancurkan kolesterol maupun toksin yang menempel pada pembuluh darah manusia sehingga tidak diragukan lagi kualitasnya. Dalam pembuatan produknya, PT K-Link Nusantara juga menetapkan produk K-Omega Squa dengan masa kadaluarsa yang cukup lama untuk sebuah produk kesehatan yaitu 4 (empat) tahun.

PT K-Link Nusantara adalah perusahaan penjualan langsung dengan sistem jaringan, untuk itu PT K-Link Nusantara selalu berusaha memberikan pelayanan (*serviceability*) yang baik kepada setiap konsumen yang membeli produk-produknya melalui leader-leader dan para distributornya. PT K-Link Nusantara senantiasa memberikan pelatihan-pelatihan kepada para distributornya supaya mampu menjadi konsultan-konsultan kesehatan yang dapat melayani keluhan-keluhan para pelanggannya. PT K-Link Nusantara juga memberikan fasilitas konsultasi kesehatan dan cek kesehatan gratis kepada para konsumen yang membeli produknya, hal ini dilakukan supaya konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Produk K-Omega Squa juga memiliki beberapa fitur produk dengan design yang menarik. Produk K-Omega Squa tersedia dalam dua jenis produk, yaitu produk K-Omega Squa (dewasa dan anak-anak) dan K-Omega Kids (anak-anak), dengan adanya fitur produk tersebut tentunya akan membuat konsumen tertarik dalam membeli. Design kemasan dan softgel dari K-Omega Squa juga menarik dan sesuai dengan keinginan

masyarakat, kemasan produk yang elegan dan bentuk *softgelyang* menarik akan membuat konsumen tertarik membeli produk tersebut.

Produk K-Omega Squa memiliki kualitas produk yang baik sehingga tidak diragukan lagi, namun pada dasarnya PT K-Link Nusantara cukup sulit dalam pencapaian kualitas produk yang dipersepsikan (*Perceived quality*). Hal ini dikarenakan penjualan produk-produknya dilakukan dengan sistim penjualan langsung, sehingga selain kualitas produk itu sendiri kualitasdistributornya juga memegang peranan penting dalam menciptakan baik buruknya citra produk tersebut. Distributor memegang peranan yang penting dalam hal pembentukan citra produk karena semua informasi tentang produk tersebut diwakilkan pada distributor itu sendiri, selain itu juga cara sikap, tanggung jawab, kejujuran dan kecekatan dari distributor tersebut ikut mempengaruhi citra produk. Oleh sebab itu, dalam membangun citra merek di masyarakat, PT K-Link Nusantara harus mampu menjadikan para distributornya sebagai penjual yang baik, karena konsumen menilai kualitas produk bukan hanya dari kehandalan dan mutu bahan baku produk tersebut saja, tetapi juga dari penampilan dan sikap para penjualnya, walaupun kualitas produk dari K-Omega Squa telah sangat baik, tetapi jika penjualnya berlaku buruk, tidak sopan dan tidak bertanggung jawab, maka secara otomatis citra produk tersebut juga akan berkurang. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli suplemen kesehatan K-Omega Squa. Hal ini sejalan dengan penelitian Rohmawati (2012), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. PT K-Link Nusantara harus menjaga kualitas produknya karena kualitas produk akan menciptakan kepuasan, sehingga konsumen akan memilih dan setia membeli produk K-Omega Squa. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2008:272), yang menyatakan bahwa kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa pada Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,097 + 0,783 X_1 + 0,102 X_2$$

Setelah dilakukan perhitungan terhadap pengaruh variabel bebas yaitu harga dan kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu pengambilan keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa didapatkan hasil bahwa kedua variabel baik harga maupun kualitas produk memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa. Hal tersebut dapat dilihat dari r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan harga memberikan pengaruh yang lebih besar dari pada kualitas produk. Nilai Uji t yang menjelaskan besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri (parsial) pada analisis di atas menjelaskan bahwa masing-masing variabel memberikan pengaruh. Nilai Uji t variabel harga terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 22,895 lebih besar dari nilai t_{tabel} , sehingga variabel

harga terhadap variabel keputusan pembelian dinyatakan signifikan. Sedangkan nilai Uji t variabel kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa sebesar 3,269 lebih besar dari nilai t_{tabel} sehingga variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian dinyatakan signifikan. Dari hasil perolehan Uji t di atas, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel yaitu variabel harga dan kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli suplemen kesehatan K-Omega Squa.

Perhitungan dengan uji F untuk mengetahui hasil dari pengaruh variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa diketahui sebesar 323,502. Hal ini menjelaskan bahwa variabel harga dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian suplemen kesehatan mempengaruhi secara signifikan, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Perhitungan regresi linear berganda untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa. Kedua variabel berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa, variabel harga berpengaruh positif sebesar 0,783 yang artinya setiap peningkatan harga sebesar Rp 1 rupiah akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,783 unit. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan sebesar 0,102 yang artinya setiap peningkatan kualitas produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,102 unit produk. Nilai Konstanta (nilai a) pada hasil regresi tersebut sebesar 2,097 yang artinya, jika tidak ada penambahan satu satuan dari setiap variabel Harga dan Kualitas Produk, maka variabel keputusan pembelian adalah 2,097 unit.

Berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga memberikan pengaruh yang paling dominan dari pada variabel kualitas produk dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian suplemen kesehatan K-Omega Squa. Jika harga yang ditawarkan naik, maka permintaan produk yang ditawarkan meningkat dan jika harga suplemen kesehatan K-Omega Squa menurun maka permintaan akan suplemen kesehatan K-Omega Squa tersebut semakin rendah. PT K-Link Nusantara harus mempertahankan strategi harga yang telah ditetapkan supaya konsumen membeli dan setia memilih produk K-Omega Squa tersebut. Strategi yang harus dipertahankan oleh pihak PT K-Link Nusantara yaitu menetapkan harga yang bersaing dan sesuai dengan daya beli masyarakat. Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan, selain itu juga PT K-Link Nusantara memberikan potongan harga pada para distributornya, sehingga semakin membuat konsumen tertarik membeli produk K-Omega Squa tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa melalui uji regresi berganda, terdapat nilai koefisien determinasi R^2 adalah sebesar 0,872 atau 87,2 persen, dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa penerapan harga dan kualitas produk yang dilakukan oleh Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang berpengaruh sangat kuat terhadap keputusan pembelian, dan sisanya 12,8 persen menunjukkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 98 distributor yang menggunakan produk tersebut, diketahui bahwa secara simultan (Uji F) bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $323,502 > 3,09$ dengan signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa $Y = 2,097 + 0,783 X_1 + 0,102 X_2$, dalam hal ini nilai konstanta 2,097 menyatakan bahwa jika tidak ada penambahan satu satuan dari setiap variabel harga dan kualitas Produk, maka variabel keputusan pembelian adalah 2,097 unit. Nilai variabel harga 0,783 dengan arah koefisien positif, artinya setiap peningkatan harga sebesar Rp 1 rupiah maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar Rp 0,783 unit. Nilai variabel Kualitas Produk diperoleh sebesar 0,102 dengan arah koefisien positif. Artinya setiap peningkatan kualitas produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,102 unit produk.

SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada laporan ini, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang sebagai berikut:

Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang sebaiknya memperhatikan ataupun meneliti lebih lanjut mengenai variabel lain diluar variabel harga dan kualitas produk, seperti lokasi perusahaan, pendistribusian produk, service atau pelayanan serta variabel lain diluar penelitian laporan akhir ini. Hal itu dilakukan karena perusahaan tidak akan mencapai tingkat kepuasan pembelian yang maksimum, apabila variabel-variabel lain tersebut diabaikan. Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang sebaiknya terus mempertahankan strategi harga yang telah ditetapkan dan menjaga kualitas produknya, sehingga dengan begitu konsumen akan merasa puas dan setia menggunakan produk tersebut yang pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya laba perusahaan. Pihak Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang juga harus mempertahankan variabel harga dengan cara menerapkan strategi-strategi harga yang telah diberlakukan saat ini. Penetapan harga yang bersaing dan sesuai dengan daya beli masyarakat serta penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang di dapatkan, ditambah lagi dengan pemberian potongan harga kepada para distributornya, akan semakin membuat konsumen tertarik membeli produk K-Omega Squa tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Rohmawati. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Pada PT Nusantara Surya Sakti). Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE UGM Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran Analisis perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.